

Тетяна Володимирівна Романчик
старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства
АВВ МВС України

ОБґРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ УЗГОДЖЕННЯ ОЦІНОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКТУ

Критичний аналіз підходів відомих економістів до визначення конкуренції та конкурентоспроможності підтверджує, що більшість трактувань базуються на оцінюванні характеристик товару за ступенем їх привабливості для споживача. При цьому у формулюваннях конкурентоспроможності недостатньо уваги приділяється раціональності використання ресурсів підприємства для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності його продукції, не наголошується на можливості пошуку додаткових резервів задля забезпечення вирішення цього завдання у майбутньому.

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції тільки у ринковому середовищі є обмеженою та не відбиває участь власне підприємства у конкурентній боротьбі. Тому, за доцільне можна вважати визначення не тільки ринкової конкурентоспроможності продукту, але також і його внутрішньої конкурентоздатності - результату ринкової боротьби між проектами підприємства з метою отримання заздалегідь визначених вигід виробника шляхом посилення мотиваційного механізму споживача. Вигодами при цьому можна вважати досягнення визначеної прибутковості діяльності, підвищення рентабельності виробництва, зміцнення позиції на ринку, підвищення іміджу і т. ін.

Доцільність визначення категорії внутрішньої конкурентоспроможності проявляється під час співставлення згаданого показника та рівня конкурентоспроможності продукту на ринку. Внутрішня

конкурентоспроможність продукції підприємства при цьому виступає як одна з основних умов ефективності його діяльності.

Розглянемо механізм управління продуктом за даним підходом. Процес управління продуктом починається з розрахунку рівня його ринкової конкурентоспроможності, чому передують складання переліку вирішальних чинників. Наступним етапом є розрахунок внутрішньої конкурентоспроможності відповідного проекту, яку доцільно оцінювати за чинниками, що визначають привабливість виробництва продукту для підприємства, оцінюючи його потенційний корисний ефект. Остаточне рішення відносно доцільності вдосконалення того чи іншого проекту підприємства повинно ґрунтуватися на співставленні згаданих показників.

Схематично задача визначення проектів підприємства, що потребують вдосконалення відображена на рисунку 1.



Рис. 1. Схема визначення проектів, що потребують вдосконалення

Запропонований методичний підхід збалансованої комплексної оцінки конкурентоспроможності продукції дозволяє визначити перелік проектів підприємства, вдосконалення яких є об'єктивно доцільним, сприяє вибору обґрунтованого рішення при формуванні стратегії підприємства. Управляючи

конкурентоспроможністю продукції, виготовлення якої є вигідним для підприємства, виробник може розраховувати на синергетичний ефект, коли він меншими засобами здатен досягти більш вагомих результатів в управлінні продуктом.